



Nº III

REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN: INDUSTRIA, 201-BIS—BARCELONA

Núm.

LOS DOS REGALOS



NOTAS DE ACERCAMIENTO A BB, PRIMER TEBEO ESPAÑOL PARA NIÑAS, 1920-1925

En un humilde pueblecito vivía, hace cuatro siglos, un pobre leñador con sus hijitas Luz y Teresa. Un día, al marcharse al bosque como de costumbre, las dejó jugando a la puerta de...

...su cabaña, donde una mendiga se presentó al poco rato pidiéndoles una limosna. Teresa le contestó que ellos eran pobres y no tenían nada para darle, pero cuando ya se iba la...

...llamó Luz, que era la hermana pequeña, y le ofreció su plato de sopa, que la vieja mendiga se comió muy agradecida.

Por Antonio Martín

RESUMEN: En los inicios de la industria del tebeo español las editoriales lanzaban historietas dirigidas a un público juvenil sin que hubiese una auténtica separación por géneros. Una importante excepción fue la publicación BB, dirigida a un público femenino. Estas páginas analizan los objetivos que poseía BB y la manera en que se acercó al público femenino, ofreciendo algunas posibilidades que ayudan a explicar su fracaso y desaparición.

PALABRAS CLAVE: Historia del cómic, Cómicos españoles de principios del siglo XX, Estudios culturales, cómicos femeninos.

ABSTRACT: Early Spanish comic industry published comic books for young readers without gender segregation. However, BB magazine was a notable exception and was created with a female public in mind. This article studies BB aims and his approach to female readers, and put some ideas about his failure forward.

KEY WORDS: Comic History, Early 20th-century Spanish Comics, Cultural Studies, Female Comics.

bondad de Lucita y dijo: —No olvidaré nunca la buena acogida que me has dado. El caritativo corazón que tienes. Si un día vas al bosque busca mi casa

y te haré un regalito. Ilusionada la pequeña con la promesa de la viejecita, marchó día al bosque, pero en vez de la pobre choza que pensaba encontrar vió un palacio y una hada hermosísima que le dijo: —Yo soy la misma a la que ayer diste tu de sopa, que suelo disfrazarme de mendiga para probar el corazón de las personas. muy contenta...

«(...) el público no tiene la menor idea de qué es exactamente la edición. Y, como después de todo, como el misterio de esta profesión suelen mantenerla los mismos que la ejercen, no está mal poner las cosas en claro. La edición es, ante todo, comercio. Un comercio singular que requiere de otros muchos para seguir siendo, en definitiva, único (...).»

La travesía del libro. Memorias de Jean-Jacques Pauvert

Trama Editorial, Madrid, 2011

Los orígenes de la historieta española pueden rastrearse hasta los inicios de la segunda mitad del siglo XIX, por el momento, en un largo proceso de descubrimiento, innovación y afirmación del lenguaje expresivo de la misma, que se desarrolla hasta finales del siglo XIX en la prensa de adultos. Con la presencia de figuras de la importancia de Víctor Patricio Landaluze, José Luis Pellicer, Apeles Mestres, Mecáchis, Ramón Cilla, Ramón Escaler, Ángel Pons, Rojas, Joaquín Xaudaró, Pedro de Rojas o Robert, entre los varios autores que crearon aquella primera historieta y cuya obra marcó momentos esenciales de su constitución como medio.

Pero estas historietas primeras, abundantes, modernas en su momento, muchas veces experimentales, como correspondía a un lenguaje expresivo nuevo que entonces se definía como instrumento comunicacional en manos de los dibujantes creadores, arrastraban el problema de su no normalización editorial, al instrumentalizar los editores la historieta como un material de entretenimiento que muchas veces se utilizaba como relleno de las páginas de la prensa, ya fuesen revistas literarias, informativas, artísticas, familiares y, algunas veces, incluso, políticas. Esta prensa se dirigía siempre a un segmento de lectores más cultos, surgidos sobre todo de la burguesía que daría vida a las clases medias españolas.

Hasta la aparición de las primeras revistas de historietas, en las décadas 1910-1920, la historieta española no dispuso de un soporte editorial específico y propio. Esto se produjo con la aparición de un nuevo tipo de editores comerciales, que anteponían las ventas entre un público más popular a cualquier otro planteamiento periodístico o de calidad¹. Muy pronto, estos editores, aunque no todos, extendieron su negocio de la edición rápida, mediocre y barata a la publicación de tebeos, que simultanearon con sus restantes ediciones, en un totum revolutum originado en un único propósito comercial: ganar dinero. Así, cuando aquellos editores entraron en la edición de historietas, mantuvieron la publicación de toda clase de productos populares editoriales: folletos de chistes, cancioneros y horóscopos, novelas por entregas, postales, cromos, juguetes de papel, prensa recreativa de diverso signo —sobre todo revistas de humor, a veces eróticas— dirigida a adultos... y tebeos.

El “nacimiento” de los tebeos (1910-1920)

Los primeros títulos de esta nueva prensa de historietas fueron: *Dominguín*, con el subtítulo de “Semanario Cómico” (1915); *En Belluguet*, en idioma catalán, dirigido por Urda (1915); *Charlot*, editado por Navarrete con el subtítulo de “Semanario festivo” (1916); *Max Linder*, “Semanario cómico” (1917); *Charlotín*, prolongación de *Charlot*, con el subtítulo “Semanario festivo peliculero infantil” (marzo de 1917); *TBO*, editado por Arturo Suárez con el subtítulo “Semanario festivo infantil” (marzo de 1917); *Periquín*, editado por Enrique Heras con el subtítulo “Semanario infantil” (1918). Después, Heras lanzó en 1918 los tebeos *Historietas infantiles*, *La novela en láminas de Periquín* y *Cuentos y aventuras de Periquín*. Mientras que en 1919 aparecieron *Fatty* —con el subtítulo “Setmanari infantil català”—, *Historias y cuentos de TBO* y la *Colección gráfica TBO*,

¹ El proceso de aparición de los nuevos editores comerciales de tebeos vino favorecido por la neutralidad española durante la I Guerra Mundial (1914-1918), que supuso un aumento de la circulación de dinero, favoreció los negocios rápidos y propició una acumulación capitalista, sobre todo en lo financiero. Entre los sectores favorecidos específicamente por las circunstancias estuvo el de la prensa y las artes gráficas. Para profundizar en el tema, ver: Antonio Martín. *Historia del comic español: 1875-1939*. Barcelona, Gustavo Gili, S. A., 1978. Y para más detalle, el artículo “La historieta española de 1900 a 1951”, en *Arbor*, número extraordinario. Madrid, CSIC, septiembre 2011.

estos dos últimos de Joaquín Buigas, nuevo editor de *TBO*, con otros títulos menos conocidos y populares de corta vida. Todos editados en Barcelona, forman la primera hornada de los tebeos españoles hasta 1920.

Es así como la deriva cultural de estas revistas, que originariamente se autodefinían como “de humor”, más la introducción de la historieta en la prensa infantil, sumadas, dieron lugar al nuevo modelo de los tebeos, definido inicialmente más por sus destinatarios que por la reflexión editorial. Modelo editorial que con el paso de los años, durante la década de los años veinte sobre todo y a inicios de los treinta, acabó por instalarse de pleno derecho en el mercado de la prensa española con una presencia importante, por más que siempre y a lo largo de toda su historia los tebeos han soportado cierta indefinición, tanto en el modelo editorial como en la intención del mismo, en sus contenidos y especialmente respecto de sus lectores, que suelen desbordar el grupo infantil y se establecen también en los grupos de adultos de extracción popular recién alfabetizados².

Por este camino la historieta penetró en la sociedad española más y más hasta ocupar un espacio propio y ser parte de su cultura. Con el hándicap de que fue en los tebeos para niños donde se concentró la producción y publicación mayoritaria de historietas en España durante más de medio siglo, contribuyendo así a la infantilización de la historieta tanto en la forma y la expresión como en los contenidos y los propósitos, por lo que su consideración como medio de comunicación quedó supeditada a la función recreativa. Y ello pese a la existencia de una historieta adulta, en la que autores más modernos e innovadores experimentaron con los límites expresivos del medio y la síntesis de su gramática propia.

Con el precedente de *Dominguín* (1915), revista que se encontraba en línea con los suplementos dominicales en color de la prensa estadounidense y que por el concepto, el soporte y la calidad técnica constituye un caso aislado, los primeros tebeos españoles fueron todos muy similares en sus características físicas editoriales, en sus contenidos y en la fórmula expresiva de sus historietas, primitivas y con densos bloques de texto al pie de las viñetas —característica común al general de la prensa infantil europea de las décadas 1910-1920—. Es así como en un breve plazo, apenas cinco años, se configuró formalmente la existencia de revistas de contenidos variados con un claro contenido de historietas y dirigidas a los niños como lectores preferentes, y todo ello con el precio mínimo en aquellos años, cinco y diez céntimos de peseta según títulos y editores. Título a título se impuso el modelo editorial de los tebeos, gracias a la determinación de los editores por crear una prensa periódica recreativa y popular dirigida a los niños y por extensión “a todos los públicos”. Importa insistir en cómo los editores de esta prensa de historietas se concentraron en Barcelona en un núcleo contrapuesto a los planteamientos generales y a los modelos de prensa infantil existentes en la capital, Madrid.

La similitud o si se quiere el parecido en formatos y contenidos de los primeros tebeos españoles, venía aumentada por el reducido número de dibujantes de historietas que llenaban las páginas de dichos tebeos. Es lógico, se trataba de una industria nueva, la de las revistas infantiles de historietas, en un mercado pobre como correspondía al público potencial existente en aquellas décadas, en manos de editores comerciales que buscaban beneficios inmediatos derivados de la acumulación de muchos pocos céntimos por cada número vendido de un tebeo. Los grandes dibujantes que venían de los años finales del siglo XIX trabajaban preferentemente en la prensa de adultos, casi siempre como ilustradores y algunas veces como historietistas, por lo que los editores de tebeos tenían que echar mano de los dibujantes que se prestaban a colaborar, generalmente de segunda y tercera fila, más toscos y de menor calidad, que habían surgido gracias al aumento de

2 Desde el inicio del siglo XX y con los nuevos planes de educación comenzó el lento pero progresivo retroceso del analfabetismo en España. Para valorar su posible repercusión sobre la lectura voluntaria y recreativa, tenemos las cifras estudiadas por Narciso de Gabriel (Universidad de La Coruña), que indican que en 1910 el número de analfabetos en España era de un 64% sobre la población total del país. Datos obtenidos de “Alfabetización, semialfabetización y analfabetismo en España, 1869-1990”. *Revista complutense de educación*, col. 8, n° 1, 1977. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Madrid.

la prensa y de su tendencia hacia un público de masas que, dentro de la relatividad que imponía el desarrollo de la sociedad española, se estaba formando en estos años y que se concretó en los años treinta³.

Los dibujantes más frecuentes en los tebeos de estas primeras décadas editados en Barcelona fueron Donaz (con varios seudónimos), Urda, Robert (con al menos dos seudónimos), C. Rojo, Papin, Méndez Álvarez, Opisso, Nit, Tínez, Yorick, Vinaixa, Clapera, Rapsomanikis, Pasarell, Surroca, etc., varios de los cuales ya publicaban desde años antes en las revistas de adultos, sobre todo en las de humor y en las eróticas. Será frecuente ver repetida la firma de muchos de ellos en las historietas de distintas editoriales y en diferentes títulos de los tebeos de aquellos años, lo que contribuye a la similitud de aquella prensa en sus primeros años de vida. Lo mismo ocurre con los pocos escritores que hemos podido localizar con seguridad: Joaquín Arqués, Emili Graell Castells, Tomasetti y pocos nombres más, que lo mismo escribían cuentos y relatos que adaptaban argumentos de obras clásicas o desarrollaban guiones elementales para algunos de los dibujantes, aunque más frecuentemente los guiones de historietas los escribían los propios ilustradores, sobre todo en las historietas de humor. Para mayor dificultad en el conocimiento de los escritores, frecuentemente periodistas y gacetilleros, que colaboraban en los tebeos de aquellas décadas hay que contar con que raramente firmaban sus textos, unas veces por orgullo ante lo que consideraban un trabajo menor, otras por pudor y las más de las veces porque el editor lo impedía para así apropiarse de su trabajo.

Tómese todo lo anterior a modo de síntesis para trazar un cuadro general de los primeros tebeos españoles, ya que habría que hablar de más títulos y editores para trazar un panorama más completo y que integrase, en una visión general y total, el nacimiento del modelo de los tebeos en España.

Casa Editorial Buigas: ¿primer intento de crear industria?

Entre los primeros editores españoles de tebeos podemos destacar media docena de nombres, los más importantes del periodo 1910-1920. Se trata siempre de empresas personales creadas por personas concretas que buscaban hacer negocio y triunfar comercialmente con la edición de revistas infantiles de historietas. De entre estos nombres hay que resaltar especialmente a Joaquín Buigas por ser el editor de la primera revista infantil femenina, *BB*.

Como todas las empresas editoriales de los primeros tebeos, la de Buigas era una editorial pequeña, con un mínimo de trabajadores. El cuerpo de redacción de los primeros años lo formaban el periodista Joaquín Arqués, con cierta experiencia editorial y que había asesorado a Arturo Suárez en la inicial creación de *TBO*⁴, el italiano Tomasetti y el propio Buigas como director de la revista, gerente y principal inspirador y guionista de la misma. Durante varios años, el director artístico fue el dibujante Ricard Opisso, creador del logotipo clásico que *TBO* llevó en portada a partir del número diez. Y también de un personaje, el "Niño *TBO*", que se pretendía fuese el símbolo visible de la revista, por lo que protagonizó muchas historietas. En lo técnico, carecía de talleres de imprenta propios, y *TBO* se imprimió inicialmente en la imprenta y litografía de Arturo Suárez, suegro de Joaquín Buigas y primer editor de *TBO*.

3 Tal y como señala Jesús Timoteo Álvarez: «(...) Por esos mismos años, en torno a 1900, los periódicos (y pronto otros medios como el cine o la radio) están creando "sistemas de estrellas", mitos populares (...) empujados por la necesidad de conquistar mercados de lectores para la demanda publicitaria, los grandes periódicos configuraron las masas y la sociedad del siglo XX (...) Y ello fue así incluso en España». En "Propaganda y medios de información en Madrid, 1900-1920", en Bahamonde Magro, Ángel, y Otero Carvajal, Luis Enrique (eds.): *La sociedad madrileña durante la Restauración: 1876-1931*, Madrid, Alfoz / Comunidad de Madrid-UCM, 1989, vol. 2.

4 Joaquín Arqués, nacido en Murcia en 1861, había asesorado o inspirado a Arturo Suárez en la creación del primer *TBO*. Arqués, periodista, actor aficionado y escritor teatral en la Murcia de su tiempo, estrenó en sólo diez años nueve piezas teatrales; en 1894 creó y dirigió el diario *La tarde*, de corta vida. Y antes de acabar el siglo marchó a Barcelona, según Antonio Ibáñez para dirigir "publicaciones de acentuado color verde". Lo cierto es que en Barcelona fue un periodista de segunda fila, colaboró en la prensa de la época y escribió con frecuencia en las revistas sicalípticas de las décadas 1910-1920.

Joaquín Buigas, que inicialmente y durante varios años trabajó con el nombre comercial de Casa Editorial Buigas, con domicilio en la calle Industria 201 bis de Barcelona, logró dar solidez a su empresa gracias al aumento de sus publicaciones. Fue así como en 1919 lanzó las publicaciones infantiles de historietas *Historias y cuentos TBO*, *Colección gráfica TBO*, *Biblioteca de TBO*, además de participar en la editorial Mercurio, que también publicaba cuadernos de historietas. Y en 1922, *BB*⁵.

Pero Buigas no se contentó con aumentar sus títulos de publicaciones infantiles, sino que desde el primer momento diversificó su actividad como editor con publicaciones dispares y muy lejanas de los tebeos. Ya desde 1917 Joaquín Buigas editaba la revista de humor erótico *KDT*, que había sido creada en 1912 y que fue una institución entre la prensa erótica, tirando a pornográfica, en lengua castellana. *KDT* se presentaba con el subtítulo "Semana festivo para niños de 16 a 80 años" y contaba con la colaboración de los dibujantes Opisso —que con el seudónimo Bigre fue el autor de una mayoría de portadas de la revista y de numerosos chistes en páginas interiores—, Méndez Álvarez, JRB, Zamba, J. Villalonga, Donaz, Demetrio, etc. Y los escritores Joaquín Belda, Hoyos y Vinent, Luque, Zamora, Álvaro Retana, Fidel Prado, Méndez, Ricardo Prieto, etc., durante el tiempo en que esta revista fue editada por Buigas⁶.

Igualmente, en los primeros años veinte, editó obras de contenidos inesperados, de los que son ejemplo el libro *Desarrollo, dureza y hermosura de los senos*, de Jorge Williams; *Procedimientos*



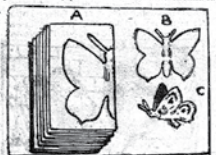
Salutación a las lectoras

Al entrar en el año 1922, que es el tercero de su publicación, BB completamente renovada, se complazco en saludar a sus fieles lectoras deseándoles toda suerte de felicidades en el año que empieza.

Vuestra amiga BB desde ahora os visitará con una frecuencia, vistiéndose cada día de una manera nueva para alegrar vuestras sonrisas en la esperanza de que no la olvidéis y seguáis favoreciéndola como hasta ahora hasta la fecha.

BB

Mariposa de papel Tómese una tira o banda larga de papel blanco, pleguense a modo de fuelle de acordeón como este indicado en el dibujo A, y hecho esto, pintese en la cara de encima la



mitad de una mariposa. Cójase un par de tiras afiladas y córtese enteramente el papel, conservando únicamente este hasta el perfil de la mariposa. Al desdoblarse quedará se verá que se han recortado unas cuantas mariposas, como las que están representadas en B.

Después, con el auxilio de la caja o lápices de colores, pintélese de colores vivos por ambos lados, hágase plegar un poco las alas y ofrecerá la apariencia de la figura C. Colgadas con hilo en las guardillas y otros adornos de navidad se verán muy bonitas.

Un bonito pavo real Búsquese una pluma grande de pollo y algunas pequeñas y lamitas (piumón). Con ellas se podrá formar un pavo muy hermoso. Tómese un corcho grande y córtese en él la pluma principal para formar la cola.

Después el plumón se pegará al cuerpo del animal. Enseguida dígnese en pedacitos de tarjeta la cabeza de un pavo con el cuello. Pintese de colores, recórtese con cuidado y ajústese en una rajadita hecha en la parte de

atrás del corcho. Córtense dos pedacitos de corcho con agujeros para arriba y délese la punta de los dedos debajo del corcho y estará terminado.



—¡Dí, mamá! Ya que llevan bigote ¿por qué no te dejas también barrir como papá?

Revista BB. [1922]

5 Para mayor información sobre Joaquín Buigas y su editorial, consúltase la ficha de la publicación *TBO* en Tebeosfera (en línea en http://www.tebeosfera.com/obras/publicaciones/tbo_suarez_buigas_tbo_1917.html; así como el artículo de Manuel Barrero "El *TBO* de Buigas, el *TBO* de siempre", en línea en http://www.tebeosfera.com/documentos/documentos/el_tbo_de_buigas_el_tbo_de_siempre.html. También, Antonio Martín, "La historieta española de 1900 a 1951", en *Arbor*, op. cit.

6 Carecemos de datos suficientes sobre la historia editorial de la prensa galante y sicalíptica española, apenas algunos estudios parciales de carácter genérico, sobre todo de las revistas publicadas en idioma catalán y escasas monografías sobre títulos concretos. En el caso de *KDT*, los datos fragmentarios tan sólo permiten establecer con seguridad que la revista pasó por varias épocas, en manos de diferentes editores propietarios. Así, sabemos que esta revista apareció a finales de enero de 1912 y tuvo al menos tres direcciones antes de que en 1917 se hiciera cargo de la edición Joaquín Buigas, quien la publicó al menos hasta 1919. José María López Ruiz da más de diez años de vida a esta revista, aunque no aporta ninguna documentación que lo confirme. Sobre la prensa sicalíptica en general y *KDT* en concreto, Luis Buñuel ha dejado escrito: «En Calanda (...) En verano, a la hora de la siesta, con un calor agobiante y las moscas zumbando en las calles vacías, nos reuníamos en una tienda de tejidos, en penumbra, con las puertas cerradas y las persianas echadas. El dependiente nos prestaba revistas "eróticas" (sabe Dios cómo habrían llegado hasta allí), La hoja de parra, por ejemplo, o K.D.T., cuyas reproducciones tenían un mayor realismo. Hoy aquellas revistas prohibidas parecerían de una inocencia angelical. Apenas se alcanzaba a distinguir el nacimiento de una pierna o de un seno, lo cual bastaba para atizar nuestro deseo e inflamar nuestras confidencias (...).» [Del libro autobiográfico *Mi último suspiro*, Barcelona, DeBolsillo, Random House Mondadori, 2008].

infalibles para casarse con una mujer rica, de Monselet, o *Misterios del lecho conyugal*, del Dr. Mario de Alba, publicados por Casa Editorial Buigas (calle Industria, 201, de Barcelona). En los mismos años inició *La Colección Universal*, de novelas, en la que publicó obras de Octavio Feuillet (*La novela de un joven pobre*), Carlos Solo (*Calvario de vergüenza*), A. Prevost (*Manon Lescaut*), José Poch (*La virgen roja*), Miguel Cervantes (*La gitanilla*), Álvaro Retana, Guy de Maupassant (*Pedro y Juan*), etc., con obras como *La Religiosa*, de Denis Diderot, que se encontraba en el *Index librorum prohibitorum et expurgatorum* de la Iglesia Católica. Todos editados bajo el pie editorial Buigas (ahora con domicilio social en la calle París número 127).

Junto a estos libros hay que situar los de la *Colección ilustrada Eros*, también de la Casa Editorial Buigas, distribuidos profusamente por quioscos y librerías, con obras como *El capricho de la marquesa* (Tríptico galante), de Álvaro Retana; *Carmina y su novio*, de Joaquín Belda; *A puerta cerrada*, de Eduardo Zamacois; *La casa de modas*, de Antonio de Hoyos y Vinent, etc., con ilustraciones de Zamora, Méndez Álvarez, Bigre, Demetrio, etc. Y portafolios fotográficos como *El desnudo en la fábula* y *El desnudo artístico*, cada uno con «¡¡30 Estudios de desnudo femenino!!», según indicaba la publicidad propia en la revista *KDT*, sin que por el momento podamos aclarar si Joaquín Buigas era el editor directo de estos últimos libros o trabajaba con una empresa interpuesta.

También publicó en los mismos años folletos y libros tan dispares como *Cancioneros*, *Reglamento del juego de Lawn-Tennis*, *El Libro de los sueños* y obras similares, en un intento de alcanzar la mayor parte y registros del mercado popular. Esta actividad editorial múltiple, que Joaquín Buigas desarrolló a lo largo de los años veinte, permite establecer la hipótesis de que no fue la publicación de *TBO* lo que le afianzó como editor. De hecho, el que Buigas publicase la revista sicalíptica *KDT*, durante al menos los años 1917-1919 —desconocemos actualmente hasta qué año mantuvo la edición de esta revista—, impresa en los talleres gráficos de su suegro, Arturo Suárez, y la edición de libros como el de Jorge Williams o la obra de Diderot, así como la colección *Eros* y los desnudos fotográficos femeninos, bajo una presentación artística, rompe la imagen pública que con el paso del tiempo y las presiones del grupo social —a las que no son ajenas las versiones vertidas por Alberto Viña, último gerente y director de *TBO*— nos presentaba a Joaquín Buigas como un hombre y un editor que siempre habría permanecido dentro de los estrechos límites del humor blanco, en lógica correspondencia con los usos sociales de la burguesía catalana a la que pertenecía. Por otra parte, y más importante, hay que estimar cómo la edición de todo este abanico de obras, más allá de cuestiones morales que no son nuestra competencia, señala la importancia del tejido editorial que Joaquín Buigas intentó formar a partir de este conjunto de publicaciones, para lograr una posición de primera línea en el mundo editorial catalán, al menos en su vertiente popular.

Es en este marco editorial donde hay que inscribir la aparición de la revista femenina, para niñas, *BB*, como parte del aumento y la diversificación de títulos que Joaquín Buigas pretendía.

La prensa infantil de género en un mercado alienado

La distinción por géneros entre hombres y mujeres también alcanzó a los tebeos, en tanto que históricamente era algo común a todos los ámbitos de la sociedad, desde el nacimiento del individuo, y se prolongaba en los comportamientos adquiridos en la primera infancia, en los cuidados y las modas de los pequeños, en la educación y en la enseñanza posteriores, siendo la escuela y el instituto fundamentales para el afianzamiento de dicha distinción, que finalmente quedaba fijada en los patrones de comportamiento social por géneros. Esto, que venía de siglos anteriores, se prolongó en los siglos XIX y XX. Si bien la progresiva alfabetización, las nuevas costumbres y modas habidas a partir de 1920, la creación de una incipiente clase media, el trabajo femenino en talleres y fábricas, el acceso aún tímido de las mujeres a la universidad y la gran influencia que el cine comenzó a tener sobre las costumbres y los roles sociales, pareció que abría nuevas posibilidades para el futuro de las mujeres españolas, que en las décadas 1910-1920 carecían casi totalmente de derechos civiles⁷.

7 Fue la II República Española la que concedió el derecho al voto a la mujer, y durante los cuarenta años de la dictadura del

Es entonces cuando se define una clara tendencia a la conversión de la mujer en consumidora de productos específicos propios. En el campo de la prensa ello se reflejó pronto en las publicaciones que fueron surgiendo sobre modas, productos de higiene íntima, productos de tocador, recetarios de cocina, cursos de costura y confección, etc., cada vez más, desde finales de siglo. En general, la mujer española se convirtió paulatinamente en una consumidora específica que, además de comprar y gastar los productos comunes en el grupo social, se decantó también por toda la mercancía que se crearía en función de su género. Se trata del aumento de la compra generada por las modas, que crece de forma importante tras el final de la I Guerra Mundial, cuando las grandes compañías estadounidenses invaden e inundan los mercados europeos tanto con productos relacionados con el consumo familiar como, mucho más, con los derivados de la industria del entretenimiento, cuyo cénit se alcanzará en los años treinta, sobre todo en el campo de la música ligera, la prensa y la cinematografía.

La doble moral aplicada según el género se reflejó en la cosificación de la mujer, convertida en objeto, y como tal utilizada en un sector de revistas de humor gráfico de finales del siglo XIX y las primeras décadas del XX para alegrar la turbia imaginación de los lectores machos, gracias a los contenidos eróticos de estas revistas, pronto conocidas como sicalípticas, con chistes e ilustraciones, y muy pocas historietas, en las que la mujer, o más exactamente el cuerpo y el sexo de la mujer, se usaban en textos e imágenes escabrosas y picantes, siempre al borde de lo totalmente obsceno, como material que propiciaba una torpe y sórdida sexualidad masculina. Ejemplos de tales revistas pueden ser: *Rojo y verde*, *Sicalíptico*, *Eva*, *KDT*, *El pobre Valbuena*, *Bésame*, *La hoja de parra*, *El don Juan*, *Chicharito*, *¡Venga alegría!* y un largo etcétera de títulos que son perfectos ejemplos de esta prensa a mitad de camino entre el humor y la pornografía. Aparte otras revistas, como *La traca*, que utilizaban el erotismo en función, principalmente, de sus planteamientos anticlericales.

Es así, en la alienación de lo femenino, como en la familia tradicional de las décadas de aquel tiempo a las niñas se les regalaban muñecas, escobas, cocinitas y todo tipo de objetos y utensilios que reproducían los roles de la mujer adulta, mientras que a sus hermanos varones les regalaban

KDT.

SEMANARIO FESTIVO PARA NIÑOS DE 16 A 80 AÑOS



..... Para no lastimar la modestia de la novia no me extenderé largamente sobre ella, como sería mi deseo; pero séame permitido felicitarla por su patriotismo al elegir para esposo un hombre de tan salientes condiciones y tan abundante musculatura.

10 cts.

Semanario KDT. [1909]

general Franco, la mujer perdió los derechos conseguidos en la década anterior y se encontró totalmente supeditada al hombre: padre, tutor, marido o hermano, que tenía que concederle permiso por escrito para poder viajar, trabajar, disponer de su dinero libremente, tener pasaporte, etc., con la excepción de las mujeres protegidas por el derecho civil catalán. Esta situación no comenzó a cambiar hasta los primeros años setenta y ya de forma importante a partir de la promulgación de la *Constitución española de 1978*, que consagró la igualdad jurídica, rompiendo legalmente toda distinción de género.

coches, armas, balones, etc., que se ligaban a un pretendido carácter viril. Otro factor significativo fueron los libros y la prensa que recibían niños y niñas. Los libros, que tienen una especial importancia en los primeros años de aprendizaje al contribuir a la construcción de la personalidad y la formación de actitudes y comportamientos básicos, insistían en mostrar una imagen del niño / hombre como un ser activo, productivo, con una importante vida exterior a la familia y el rol del individuo que decide en el grupo familiar y social, mientras que la niña / mujer era comúnmente presentada como una entidad pasiva, dedicada a la casa y a sus labores, incluso en sus juegos, y claramente subordinada al sexo masculino.

Esto se reflejó también en la prensa infantil. Incluso en los periódicos para la infancia del XIX. Inicialmente, tanto éstos como los tebeos de inicios del XX se dirigían expresamente a los lectores infantiles sin distinción de género. La publicación en el XIX de tres periódicos para la infancia, dirigidos y dedicados expresamente a las lectoras niñas: *La colegiala* (1861), *La educanda* (1862), *Rosa y azul* (1904), títulos muy escasos respecto de un total de más de cien periódicos editados para la infancia, confirma lo que fue una tendencia general. Por su parte, los primeros tebeos españoles se dirigían a “todos los públicos” del grupo infantil, sin distinción de sexo ni edad. Con contenidos generales de humor y algunas aventuras, los temas de sus historietas se basaban, más o menos, en el amplio repertorio de las travesuras infantiles, en episodios y escenificaciones de carácter costumbrista, en episodios y personajes históricos, en cuentos y leyendas tomados de la literatura universal y plagiados, copiados o adaptados al nuevo medio expresivo, y en el amplio repertorio de la literatura folletinesca, que surtió ampliamente de personajes, argumentos e historias a los tebeos de 1910-1920. Las niñas lectoras debieron conformarse con leer estos tebeos genéricos, hasta que surgió un nuevo tipo de publicaciones pretendidamente para niñas, que se centraban predominantemente en una temática “sentimental”. Fue así como, debido a la codicia de los editores industriales, siempre ansiosos por ampliar su negocio y captar nuevo público, se llegó al nacimiento de los primeros tebeos españoles dirigidos expresamente a las niñas.

En el intento de diversificar el modelo de los primeros tebeos, demasiado parecidos unos a otros, los editores jugaron con los formatos, con el color y los títulos, y más tarde con los conceptos, intentando alcanzar a un máximo de lectores. Es entonces cuando Joaquín Buigas, posiblemente amparándose en la existencia de una importante prensa femenina dirigida desde inicios de siglo a la mujer⁸, se propuso llegar hasta las niñas con un título y un tebeo dirigido específicamente a ellas para así penetrar en el nicho social formado por las niñas como potenciales consumidoras. Para ello creó un tebeo para niñas, el primero de todos: *BB*, en 1920. Se iniciaba una nueva corriente editorial, que no triunfaría plenamente hasta después de la guerra civil española, y que se distinguía por la segregación por género que se hacía de las niñas y adolescentes lectoras.

Queda la duda de si este primer tebeo femenino, *BB*, fue más o menos casual y derivado del simple deseo de expansión comercial de Joaquín Buigas, basado en la imitación o la copia de títulos de prensa infantil femenina de otros países, o si, por el contrario, se trataba de una operación cuidadosamente planificada, a partir de un golpe de genio del propio Buigas o de su colaborador más cercano, Joaquín Arqués. Sea como fuere y estuviese motivado por simples planteamientos comerciales o bien por un afán de explorar nuevos modos de hacer prensa infantil, *BB* se ofrecía como una revista dirigida a la “juventud femenina”, debiendo entenderse por tal a las niñas, a las cuales el nuevo tebeo ofrecía textos, secciones e historietas que estaban teóricamente pensadas y dibujadas en función de las lectoras y con protagonistas femeninas, por más que todos los guionistas y dibujantes del nuevo tebeo fuesen hombres.

8 Entre la mucha prensa dirigida directamente a la mujer, y más allá de revistas muy específicas que prácticamente sólo eran figurines de modas o recetarios prácticos, podemos recordar para los años 1910-1920 los títulos: *La mariposa* (1900), *La mujer en su casa* (1902), *Or i grana* (1906), *La dama* (1907), *La moda práctica* (1907), *Feminal* (1907), *El hogar y la moda* (1909), *Pensamiento femenino* (1913), *Gran mundo* (1914), *La voz de la mujer* (1917), *Ellas* (1918), *Lecturas* (1921), *Elegante* (1923), *La dona catalana* (1925), *La mujer y el cine* (1925), *Muñeca* (1926), *Magazine del amor* (1926), *La revista del hogar* (1926), *Dona gentil* (1927), etc.

La primera noticia sobre *BB* se ofrece en las páginas de *TBO* número 139, Año IV (1920), un extraordinario de Reyes con ocho páginas más cuatro de cubiertas, con el precio de 10 céntimos —en aquellos momentos *TBO* aún se vendía a su precio inicial de cinco céntimos—. En la retirada de cubierta, un recuadro que ocupa un tercio de la página se titula destacadamente “*TBO* a sus lectores”; se trata de un mensaje publicitario y directo del editor dirigido a los lectores que, resumido a sus puntos fundamentales, dice:

«T B O a sus lectores. Como todos los años nos complacemos en saludar a nuestros queridos lectores, deseándoles todo género de prosperidades en el año que empieza; y además nos es grato adelantarles el programa de reformas para 1920, las cuales creemos serán del gusto de todos (...) Además presentará una revista quincenal, suplemento de *TBO*, titulada “*BB*”, dedicada a la juventud femenina. Las niñas tendrán una revista de gran amenidad, en la cual habrá diferentes secciones, tan escogidas como interesantes. Se tratará de modas, muñecas, labores, historietas sugestivas, novelas de gran relieve y adecuadas al periódico; aventuras, juegos y toda clase de pasatiempos. ¿Verdad que no era justo que las niñas no tuvieran una revista dedicada a sus aficiones teniendo los niños la suya? / Por eso *TBO* pensando siempre cuerdamente, ha tenido esta noble idea y la ha puesto en práctica, encargando la dirección del suplemento a su cariñosa amiguita *BB*».

La revista *BB*, sus contenidos y planteamientos

Por supuesto, el mensaje de Joaquín Buigas a los lectores de *TBO* era pura y simple publicidad editorial encaminada a potenciar el nuevo producto que intentaba situar en el mercado de la prensa recreativa infantil. Durante varios números, 140, 141, 142..., *TBO* publicó en su página siete, penúltima, un llamativo recuadro encabezado por el lema “Muy pronto saldrá el primer número de *BB*, Suplemento femenino de *TBO*”, con el que se pretendía que los padres de familia se diesen por enterados de que a partir de entonces tenían la posibilidad de comprar una revista similar para sus hijas. Por ello, el reclamo publicitario de dicho recuadro seguía:

«Con ocasión de tan fausto acontecimiento se hace un llamamiento a todas las niñas de 3 a 20 años para recomendarles lean y propaguen esta hermosa revista, superior a la mayor parte de las que se publican en el extranjero».

Ni que decir tiene que, dado que ni los niños españoles ni sus padres tenían acceso a las revistas infantiles femeninas que se publicaban en el extranjero, *BB* siempre sería la mejor. Sorprende el arco de edad que *BB* pretendía abarcar, según su editor: de 3 a 20 años, lo que, más allá del reclamo clásico, ya utilizado en la prensa de aquellos años (a recordar que *KDT* se presentaba como una revista destinada a lectores de 16 a 80 años, y eran más los casos similares), daba a la nueva publicación el carácter de cajón de sastre si tenía que contentar a públicos de edades tan dispares. El resultado es que, con el tiempo, número a número y siempre dentro de una total blancura y atonía, *BB* resultó ser un contenedor en el que la editorial iba metiendo cuantos contenidos dirigidos a las niñas creaba o encontraba en otras publicaciones.

El nuevo tebeo apareció en los primeros meses de 1920. Su formato era vertical, su tamaño 28 x 22 cm, exactamente el mismo de *TBO* en el mismo año, cuarto de su publicación, lo que era lógico, ya que así se rentabilizaba la compra de papel utilizando el mismo para ambas publicaciones, y se aprovechaba la entrada en la máquina de imprimir, lo que bajaba los costes. *BB* tenía las mismas características técnicas que *TBO*: se imprimía en un pliego de papel de 56 x 44 cm que, plegado en cruz, daba ocho páginas, cuatro impresas en negro y las otras cuatro en bicolor, y no llevaba grapa, sino que se vendía plegado y sin guillotinar, intonso, y era el lector quien abría las páginas, de forma similar a lo que ocurría con muchos libros en aquellos años. Su precio era de 10 céntimos de peseta. La cabecera era siempre la misma, dibujada por Ricard Opisso, con el precio repetido a derecha e izquierda encerrado en un medallón, y en el centro las dos letras *be*, separa-

das por el dibujo de una niña en cuyo vestido también aparecían bordadas las mismas letras, ya que se quería que fuese la representación física de la revista: la niña BB.

Las características técnicas se modificaron el mismo año 1922 cuando *BB* aumentó su tamaño a 32 x 22 cm, de acuerdo con los cambios que Buigas introdujo en *TBO* en la misma fecha, para dar una mayor presencia física a sus publicaciones gracias al mayor tamaño y la presentación de las historietas con el fin de competir mejor con los restantes editores de tebeos —sobre todo Heras, que también mantenía en el mercado cuatro colecciones de tebeos, además de novelas por entregas y otras publicaciones populares menores—, y por la misma razón aumentó la periodicidad de *BB* de quincenal a decenal⁹.

Con este cambio, *BB* subió su precio a 15 céntimos, que mantuvo hasta su desaparición en 1925, mientras que *TBO* subió su precio de 5 a 10 céntimos. Ello apunta que el éxito de ventas y por tanto las tiradas de ambos tebeos habían de ser muy dispares, ya que los beneficios que reportaba el tebeo insignia de Buigas, con mayores ventas, permitieron que su precio fuese más bajo, lo que se reflejó en la creciente popularidad de *TBO* y en su continuidad más allá de la guerra civil¹⁰ [10].

Según la propaganda editorial aparecida en ambos tebeos se señalaba concretamente que la nueva revista era: «BB Suplemento femenino de TBO. Primer y único periódico dedicado a las niñas en España. Aparece los días 15 y 30 de cada mes. Redacción y Administración: Industria, 201, bis - Barcelona». Esta definición de la revista como “suplemento” de *TBO* no constaba en ningún lugar en las páginas de los números de la revista *BB* y presumiblemente se trataba tan solo de amparar el nuevo título a la sombra del éxito de *TBO*. Lo cierto es que la principal novedad radicaba en el hecho de que Joaquín Buigas lanzase su nue-



Revista BB. [1922]

9 El aumento de tamaño fue anunciado por la editorial en *BB* nº 45, en un recuadro en página 7, en el que, bajo el título “A nuestras lectoras”, se decía: «En vista del creciente favor obtenido de día en día, BB quiere corresponder en la medida de sus fuerzas a la bondad de sus queridas lectoras, por lo cual se complace en anunciar las radicales reformas que experimentará al entrar en el tercer año de su publicación y que le convertirán en una de las mejores publicaciones infantiles / Comenzará por aumentar el formato, lo que le permitirá aumentar el número de grabados y la cantidad de texto (...) Por último, la fecha de publicación, que hasta ahora ha sido quincenal, será en lo sucesivo decenal, apareciendo cada número los días 10, 20 y 30 de cada mes (...)».

Cuando se publicó este anuncio, *TBO* ya había aumentado su tamaño hacía meses.

10 La popularidad de *TBO* llevó a que los propios lectores convirtieran su título en un sustantivo genérico para nombrar a pie de calle a las revistas infantiles de historietas. Fue frecuente en los años treinta y posteriores que los compradores, al ir al quiosco, pidieran “deme un tebeo”, refiriéndose a una revista infantil. En Cataluña y en catalán ocurría lo mismo cuando los compradores pedían al quiosquero “deme un patufet”, por la generalización y popularidad de la revista infantil *En Patufet*.

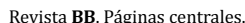
va publicación de forma expresa como una revista “femenina” para las niñas, novedad que se inspiraba en otras publicaciones infantiles similares, sobre todo francesas¹¹.

La cubierta de *BB*, la página más importante de la revista, llevaba siempre la cabecera creada por Opisso y una historieta completa con un máximo de seis viñetas. Esta historieta de cubierta estuvo dibujada inicialmente y durante muchos números por el mismo Opisso y por Manuel Urda y en menor cantidad por Serra Masana y algunas, sin firma, se debían posiblemente a Tínez. A partir del número 89, año IV de edición, comenzó también a dibujar la cubierta Rapsomanikis, autor con una presencia cada vez mayor en la revista y que acabó por ocupar el mayor espacio en la parte gráfica de *BB*, mientras que la producción de Ricardo Opisso se espaciaba, hasta desaparecer en el quinto año de edición; con el caso curioso y ocasional de algunas historietas firmadas *BB*, que bien pudieron estar dibujadas por Opisso o por un imitador suyo. Hay que señalar que todas las historietas publicadas en *BB* eran primitivas, con abundantes textos descriptivos al pie de las viñetas, al igual que ocurría en *TBO* y en la casi totalidad de los tebeos españoles de este periodo; pese a ello, no se trata de lo que se llama protohistorietas, ya que las viñetas siguen una secuencia narrativa. Las historietas se publicaban siempre en el anverso del pliego de papel, impreso en bicolor, mientras que las secciones de textos ilustradas se publicaban en el reverso, en blanco y negro.

En las dos páginas centrales de la revista, las menos interesantes gráficamente, se publicaba una sola historieta, unas veces a todo lo ancho de la doble página y otras en páginas separadas. Se trataba de obras que muchas veces estaban inspiradas, copiadas o quizá calcadas de historietas de autores de otros países, o bien se debían a dibujantes primerizos, y no solían estar firmadas — como ejemplo hemos documentado una serie de estas historietas, que llevan en un rincón, apenas distinguible, la inicial W por toda firma, correspondiente al dibujante Iván—. A partir del número 69, de 1922, esta doble página fue realizada con gran frecuencia por Urda, al que se añadieron ocasionalmente el dibujante J. Molinas y J. Rapsomanikis, quien desde el número 90, del año 1923, dibujará íntegramente todas las historietas de muchos números de *BB*, con claras influencias foráneas en la temática y en los modelos gráficos.

Otros dibujantes de la revista, menos frecuentes y de menor importancia, fueron Nit, Matz, el ya citado Iván y alguno más que permanece anónimo por el momento, que generalmente ilustraron las páginas en blanco y negro, en las que fue frecuente la publicación de modelos de trajes femeninos tomados de otras publicaciones. También los recortables de muñecas procedían en su mayoría de otras revistas, pese a que algunos los dibujó Nit. Estas cuatro páginas, correspondientes al reverso del pliego de papel, tenían un contenido de relatos y cuentos, modelos de bordados, patrones de ropa, que acabaron presentándose bajo el título genérico “Las labores de B.B.,” entretenimientos, espacios sobre el peinado y el cuidado de la belleza, recetario de cocina, recortables de muñecas, consejos prácticos, canciones y adivinanzas, curiosidades sobre animales, publicidad editorial, etc. Son estos espacios los que muchas veces están tomados, plagiados o calcados de *Le Poupée Modèle*, *Fillette* y otras revistas infantiles de la época, generalmente francesas y en menor grado inglesas, hasta llegar en ocasiones al simple recorte del dibujo y a su reproducción directa en *BB*. Ocasionalmente, en las páginas en negro de la revista se publicó alguna historieta inglesa tomada de las publicaciones infantiles de Amalgamated Press, con la curiosidad de que, pese a llevar los habituales textos al pie de las viñetas, se respetaron los bocadillos de origen existentes en el interior de las mismas (por ejemplo, en el nº 81 de la revista). También en estas páginas se presentaron “juguetes” de papel protagonizados por los personajes Tiger Tim, Jumbo, Bob By Bruin, etc., de los cómics ingleses de Amalgamated, que en los años treinta popularizaría Hispano Americana de Ediciones en su tebeo *Yumbo*, y que en *BB* aparecían redibujados por Nit y otros colaboradores.

¹¹ Alberto Viña, último director de *TBO*, me señaló en entrevista personal realizada en 1967 cómo Joaquín Buigas había seguido el modelo de la revista infantil francesa *Le poupée modèle* para crear *BB*. Años más tarde y personalmente constaté la existencia de varios tomos encuadrados de esta revista, correspondientes a diversos años, en el archivo de la editorial Buigas, Estivill y Viña.



Que la idea de Joaquín Buigas era muy atrevida para el momento viene confirmado por el hecho de que en un campo comercial en el que primaba la copia y la imitación ningún otro editor español se plantease durante varios años el sacar “otro” tebeo femenino. Hay que esperar hasta 1925 para que aparezca la segunda revista femenina infantil, *La nuri*, en idioma catalán, de gran calidad editorial y artística pero con muy escasas historietas, y no es hasta 1927 cuando aparece el siguiente título femenino: *La chiquilla*, editado por Biblioteca Films con el subtítulo “El primer semanario ilustrado para niñas”. Después vendrían *Mari-Luz*, en 1934, y varios suplementos para niñas en la prensa, como *Miniatura*, “Sección especial para las niñas”, en la revista *El hogar y la moda*, en 1934; *Pocholina*, “Página femenina”, en el tebeo *Pocholo*, en 1934; *Marujita*, “Sección para las niñas”, en el tebeo *Mickey*, en 1935, y poco más hasta después de la guerra civil, cuando se produce el *boom* de los tebeos femeninos.

Ejemplo editorial y fracaso comercial de BB

Con los datos existentes comprobados y la colección de la revista a la vista, es válido pensar que Joaquín Buigas al editar *BB* tan sólo pretendía explorar y explotar el nicho sociológico de las posibles lectoras de tebeos, sin más. La aparición de *BB* hay que valorarla en el contexto social y educativo de los primeros años de siglo, cuando se quería potenciar un público consumidor femenino, sin ninguna pretensión de cambio en su condición y consideración social, de forma similar a la mayoría de la prensa femenina adulta desde inicios del siglo. Pese a ello, Buigas era muy consciente de la novedad que el nuevo modelo de publicación suponía, y por ello intentó reforzar su lanzamiento con la creación del personaje arquetipo de la “Niña BB”, que dio en paralelo al modelo del “Niño TBO”, ambos dibujados por Opisso.

Es así como en los primeros números de *BB*, en 1920, encontramos en la página segunda, interior de cubierta, un recuadro publicitario que ocupa un tercio de la página y en el que, bajo el título: “¡Gran Acontecimiento Universal!”, se informa a las lectoras de la creación y puesta a la venta de dos muñecos: TBO y BB, con la entrada

«TBO y BB encarnados en dos preciosos muñecos han de ser, sin duda alguna, el mejor juguete para nuestros lectores, como así mismo el más lindo y elegante adorno para un “etechér” o un piano». [Tras describir el muñeco TBO, la publicidad se centra en BB] «(...) la preciosa muñequita, resulta de la misma altura que su compañero [27 centímetros]; viste pantaloncitos [entiéndase bragas] y enaguas de linón blanco, con puntillas “valencienn”, delantalcito fantasía con cenefa búlgara; pelo rubio o negro, natural, y gran lazo en el peinado, forma exclusiva de BB, zapatitos blancos con madroños y calcetines del mismo color».

El precio de cada muñeco era de 10 pesetas y llevándose la pareja de tan sólo 18 pesetas, y los interesados podían ver los muñecos acudiendo a la administración de la Casa Editorial Buigas, en calle Industria, 201, de Barcelona.

Este claro caso de lo que hoy llamamos *merchandising*, uno de los primeros en el comercio de los tebeos españoles, sus marcas y su personajes, señala que Buigas era consciente de que se había adentrado como pionero en un mercado nuevo y desconocido, por lo que estaba dispuesto a apoyar el lanzamiento de la revista *BB* con los medios a su alcance, en un esfuerzo por mantenerla e imponerla en el mercado; eso sí, con la visión puesta en un público mucho más amplio que las propias niñas: las madres de familia, a las que se dirigía directamente con la alusión a colocar los muñecos como un adorno sobre el “etechér” o el piano, lo que a su vez indica que se dirigía a las madres de clase burguesa media o alta, únicas posibles poseedoras de un piano en su domicilio a inicios de los años veinte.

Meses después, ya en 1921, la Editorial Buigas puso a la venta un magnífico cuaderno de recortables de la protagonista con el título *BB* y su equipo completo, dibujado por Opisso e impreso a todo color por una sola cara en cuatro hojas plegadas en acordeón en cartulina de calidad y alto gramaje. La primera hoja cumplía las funciones de cubierta del “cuaderno recortable”, con BB vestida de invierno con sombrero y manguito de piel; la segunda hoja daba la figura de BB y su ropa interior; la tercera hoja presentaba sus trajes de primavera, y la cuarta, sus trajes de verano, todos recortables y adaptables a la figura de la protagonista mediante pequeñas pestañas de cartulina blanca que se debían doblar sobre el cuerpo. En *TBO* número 228, Año V, en penúltima página, se anunciaba en un gran recuadro:

«BB y su Equipo completo se ha puesto a la venta», y seguía: «(...) Este *precioso juguete* que es sin disputa el más moderno y elegante de cuantos por el mismo estilo se han presentado hasta la fecha, NO TIENE RIVAL (...) [y se precisaba que la impresión se había realizado] a quince colores en preciosa cartulina marfil».



Cruzar el canal. Diviértanse los jugadores en dos secciones: los puros se reparten los buques y los otros los marinos. Todos los buques se ponen en cuatro pies, y los marinos se sientan encima con los pies fuera o delante. A la voz ¡ya! los buques saltan e intentan de atravesar el canal para llegar a la meta, y todos hacen lo posible por derribar al marino.



respectivo, pues con éste encima no les es difícil pasar el sitio señalado para ganar, o sea la meta. Basta que uno de los marinos toque la tierra con cualquiera parte del cuerpo para tenerlo por derribado, y el buque respectivo puede pasar el sitio. El primero de los buques que lo efectúa y el último de los marinos que abandona su buque son los que ganan la partida.



PARA PERFUMAR LA CASA. — En un frasco bien cerrado se colocan varias violetas frescas, hechas de rosa, hojas de jazmín y un poco de sal. Pasadas cuatro semanas se destapa el frasco y se esparcirá por la habitación un grato y suave perfume. Para ello las violetas de Parma son las más exquisitas. Evite-se el dejar el frasco destapado durante mucho rato.

FINETAS Y OBJETOS DE COCHA. — Para limpiarlos se frota primero con un poco de algodón en rama y vaselina y luego con un pedazo de tela de lana. Los objetos adquirirán el brillante aspecto que tenían de nuevos.

De mi carnet

CHULETAS DE BUEY A LA CREMA. — Córtese a tiradas un pedazo de carne de buey de una libra y media de peso. Cada trozo de carne se cubre por ambos lados con una espesa capa de manteca sazonada con sal, especias, perejil y setas. Colóquese en una cacerola a fuego lento, añadiendo un poco de caldo bien sustancioso, una regular cantidad de beifin y un vaso de vino blanco. Cuando la salsa se haya consumido hasta la mitad se mezclan un par de huevos batidos restando la cacerola de la lumbre a los pocos instantes.

Fábula china.
Un chivo estaba cierta noche sacando agua de un pozo cuando vió, reflejada en el fondo, la imagen de la luna.
— ¡Houston! — exclamó. — La luna ha caído al pozo. Esto es una cosa grave. Tengo el deber de pescarla.

Y bajando el cubo tiró tan fuerte de la cuerda que ésta se rompió cayendo el chivo de espaldas. Y entonces vió que la luna estaba en el cielo.
— ¡Me ha costado un buen golpe — pero he logrado volverla a su sitio.



— Me encuentro en un apuro, señorita. No tengo guantes negros para asistir a un entierro...



SUSANA LENGLEN

Campeón femenino de tennis

Tiene actualmente 21 años. Octavo el primer premio en el campeonato del mundo a los doce años. En 1910 venció a la famosa jugadora inglesa Miss Lambert-Chambers, ganando sus títulos en 1920 y 1921. El año pasado cuenta tres títulos de campeón del mundo, dos de Inglaterra y tres de campeonato olímpico, habiendo logrado vencer a todas sus rivales de Francia e Inglaterra.

La gran reputación que ha obtenido ha hecho de ella la atleta francesa, más célebre en el extranjero que en su propio país. Esto es debido a que Miss Lenglen juega perfectamente al tennis, pero no gusta de hacer jugar el anuncio, ni de perder el tiempo mandando comunicados a la prensa y esto hace que su fama tenga cientos más volados, pues es debido a su propio valor y merito.

Las sociedades deportivas de todas las naciones solicitan su concurso y durante el presente año piensa hacer un viaje a Norte América donde cosechará sin duda nuevos laureles.

Solo nos resta añadir que la única pasión que siente aparte del deporte que practica, son los célebres danzas artísticas sobre asuntos históricos.

¡GRAN ACONTECIMIENTO UNIVERSAL!



TBO y BB encarnados en dos preciosos muñecos han de ser, sin duda alguna, el mejor juguete para nuestros lectores, como así mismo el más lindo y elegante adorno para un «etcher» o un piano.

TBO, el precioso «belleot» de moda, mide 27 centímetros de altura; viste una elegante blusa marinera de franela roja, con cuello «matelot» azul y blanco, pantalón corto, pañal azul marino, gorrita de marino francés, roja y azul con las letras TBO; es la cinta, zapatos sport de color y calcetines blancos.

BB, la preciosa muñequita, resulta de la misma altura que su compañero, viste pantaloncillos y enaguas de linón blanco, con puntillas «valenciennes», delantico fantasma con cenela búlgara, pelo rubio o negro, natural, y gran lazo en el peinado, forma exclusiva de BB, zapatos blancos con madroños y calcetines del mismo color.

PRECIO 10 PTAS. — LA PAREJA 18 PTAS.

Dirigirse a esta Administración,
INDUSTRIA, 201, BARCELONA



Muñecos BB y TBO.

las ventas de unos títulos amparasen las de los restantes. Pero ¿por qué editar una revista para niñas? ¿Por qué entrar en un mercado absolutamente nuevo, con los riesgos que toda innovación supone? Y ¿fue idea propia de Buigas o éste trabajó a partir de ideas ajenas, bajo alguna influencia concreta o siguiendo una idea que estaba en el aire y que nosotros, a casi cien años de distancia, no podemos conocer?

Al margen de las respuestas de las que hoy carecemos, todo permite creer que en el momento de su aparición *BB* debió resultar sorprendente en el marco del naciente mercado de los tebeos, justamente por plantearse editorialmente como una revista infantil femenina. No obstante, con ser esto mucho, debido a los límites en que se movían el editor y sus colaboradores, con la repetición de los tópicos y lugares comunes más habituales en la prensa femenina adulta simplemente adaptados a las niñas, *BB* no alcanzaba mayor interés, ya que la posible curiosidad de las niñas interesadas por la temática “de mujeres” encontraría mejor satisfacción curioseando las revistas que consumían sus madres. Más aún cuanto que las historietas que se publicaron en *BB* eran aburridas, absolutamente blancas, repetitivas en el modelo de la niña buena, y gráfica y narrativamente lineales. Nada que las diferenciase de las historietas similares que se publicaban en cualquier otro tebeo de los mismos años. Por supuesto, ésta es la visión que podemos tener nosotros, a las alturas del siglo XXI, por la lectura y el vaciado de los contenidos de la revista, pero es imposible reproducir las sensaciones que pudo provocar en sus presuntas lectoras y en sus familias, ya que carecemos de documentos contemporáneos que nos hablen de *BB*. Queda,

Si bien lo que afirmaba de la cantidad de colores era posiblemente falso, resultaba un excelente reclamo publicitario para indicar la excelencia del recortable. El precio era de dos pesetas, lo cual era una cantidad muy alta en el año 1921 para cuatro hojas de recortables, por mucha que fuese la calidad de la impresión, el color y la cartulina; de ahí la afortunada presentación como un “juguete”. Curiosamente, la publicidad de este recortable fue muy escasa en la revista *BB*, mientras que, contrariamente, se anunció profusamente en sus páginas el recortable “TBO y su equipo completo” a partir de su lanzamiento en 1923.

A la vista del conjunto de datos concretos sobre la revista *BB*, su lanzamiento, el apoyo que Buigas le dio, etc., sabemos el qué se editó, quién lo hizo, cómo y cuándo. Queda sin respuesta el por qué y el para qué. Cabe aproximarse a las intenciones de Buigas, que pretendía aumentar su fondo editorial con la mayor cantidad posible de productos diferentes para crear un tejido editorial amplio y sólido, en el que

en cualquier caso, el hecho documental de que, mientras *TBO* continuó publicándose hasta la guerra civil, lo que supone casi veinte años, y más allá de ella, con un éxito y una popularidad crecientes, su hermana pequeña tan sólo permaneció seis años en el mercado.

Es así como la importancia de la revista *BB* radica en el hecho concreto de su existencia, y hemos de considerar que su aparición debió suponer un suceso importante en la historia de los tebeos españoles, pero con la categoría de fenómeno y por ello como un hecho aislado, que importa en tanto que novedad como la primera revista infantil femenina, pero que no aportó nada decisivo a la evolución de los tebeos españoles.

Ahora bien, este planteamiento tan específico: *BB* era una revista para niñas, implicaba que por primera vez en España se ofrecía una publicación de historietas que teóricamente estaban pensadas, escritas y dibujadas de forma expresa en función de las niñas, junto con el complemento de secciones que las acompañaban, también para niñas. Pero, lo cierto es que la “feminidad” de este tebeo radicaba tan sólo en el hecho de que en los protagonistas de las historietas eran niñas o mujeres, vestían con ropa femenina y actuaban de acuerdo con los roles asimilados a su género —cosían, bordaban, cocinaban, hacían música, jugaban con muñecas, osos de felpa o a juegos diferentes a los de los niños, iban a la iglesia, ayudaban en los trabajos caseros, en la escuela estudiaban o cometían travesuras propias de las niñas—. Por el contrario, en una mayoría de números la temática de las historietas de *BB* era de tema histórico, leyendas, fábulas, acontecimientos sorprendentes e incluso de aventuras y podrían haberse publicado igualmente en *TBO*, ya que pertenecían al muy genérico “para todos los públicos”. Eran las páginas interiores, las publicadas en blanco y negro, las que aportaban una generosa ración de espacios y secciones para la niña / mujer: labores y patrones de costura, recetas de cocina, modelos de ropa y sombreros, remedios caseros, recortables para vestir a las muñecas o muñecos, etc. Con la pretensión, desde el punto de vista del editor y / o sus colaboradores, de que los temas tratados en dichas páginas reforzaban la intencionalidad de la revista para niñas, si bien tanto las historietas como las restantes secciones estaban pensadas, escritas y dibujadas por hombres.

A la altura de los primeros años veinte tampoco se podía pedir mucho más a los editores españoles de tebeos, ni a los escritores o a los dibujantes de historietas, para los que el planteamiento teórico de hacer un tebeo diferente a los habituales que se dirigiese a las niñas lectoras suponía un desafío que, muy probablemente, ni siquiera se planteaban. Porque en aquellos momentos no era factible la teoría del cómo hacer una auténtica revista infantil femenina y parecía que con amontonar una serie de contenidos presuntamente no masculinos ya era suficiente.

Y es que la mujer era, para el común de los españoles de aquellas décadas, o bien una santa: la madre, la hermana, la esposa, la hija, o bien una puta, en función del pensamiento único que regía en las cuestiones de género. Por otra parte, escritores como Joaquín Arqués, que colaboraba en las revistas galantes de la época y al tiempo escribía relatos y primitivos guiones de historietas para Buigas, o dibujantes como Méndez Álvarez y Opisso, que se prodigaban en *KDT* y otras muchas revistas de un verde subido en los mismos años, tenían muy difícil y cuesta arriba el trabajar planteándose la sensibilidad y la personalidad de la niña y realizar obras realmente ajustadas a ellas.

Hay que concluir que *BB* contribuye a señalar la importancia alcanzada por la niña y la mujer en la prensa española anterior a la guerra civil. Tanto como protagonista ofrecida a la demanda del consumidor masculino en muchas revistas eróticas de la época como en el hecho de que su condición femenina se vio subrayada por la existencia de una prensa específica de género dirigida directamente a ella como consumidora, de la que *BB* es ejemplo.